

REGIÓN CENTRO

CÓRDOBA

SANTA FE

ENTRE RÍOS



CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

ESTUDIO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO COMO CADENA DE VALOR DE LA REGIÓN CENTRO DE LA REPÚBLICA ARGENTINA

Informe Final

- Tercera Etapa -

Diciembre de 2010

Maximiliano Carlos Mauvecin

Colaboradores por Córdoba:

*por Santa Fe
por Entre Ríos*

**Nancy Alicia Schvemer
Ximena Bringas Vaca Narvaja
Georgina Isabel García Kiefer
Agustín Clavenzani**

ÍNDICE

Índice.....	- 2 -
COMPENDIO.....	- 4 -
Objetivo.....	- 5 -
Enfoque Metodológico.....	- 5 -
Conclusiones.....	- 5 -
PUNTO 1	- 8 -
DETERMINACION DE OBJETIVOS REGIONALES EN TURISMO, COMUNES A LAS TRES JURISDICCIONES	- 8 -
A) COMUNIDAD DE OBJETIVOS	- 9 -
1. A.1. A PARTIR DE PLANIFICACIONES PROVINCIALES.....	- 9 -
2. A.2. A PARTIR DEL PLAN REGIONAL	- 11 -
3. A.3. A PARTIR DE LA VISIÓN ACTUAL DE LAS INSTITUCIONES PROVINCIALES	- 13 -
4. A.4. OBJETIVOS GENERALES PROPUESTOS	- 16 -
1- COMPATIBILIZACIÓN DE LA LEGISLACIÓN TURÍSTICA DE LAS PROVINCIAS... ..	- 17 -
2- UNIFICACIÓN DE CRITERIOS DE PROMOCION A LA INVERSION TURÍSTICA... ..	- 18 -
3- CONCIENTIZACIÓN TURÍSTICA	- 19 -
4- CALIDAD TURÍSTICA.....	- 20 -
5- VISIÓN ESTRATÉGICA REGIONAL.....	- 21 -
PUNTO 2.....	- 22 -
DETERMINACION DE CRITERIOS QUE FACILITEN LA INTEGRACIÓN REGIONAL ...	- 22 -
A) CONCEPTOS AMPLIOS DE INTEGRACION	- 23 -
A.1 - ACTORES DE LA CADENA DE VALOR TURISMO	- 23 -
A.2 - DEFINICIONES	- 26 -
B) CRITERIOS PERCIBIDOS DE INTEGRACIÓN REGIONAL, POR PROVINCIA	- 28 -
C) CRITERIOS DETERMINADOS PARA LA INTEGRACIÓN REGIONAL	- 30 -
C.1. ASOCIATIVIDAD	- 31 -
C.1.1 - Realidad asociativa del ámbito privado regional	- 32 -
C.1.2 - Realidad asociativa del ámbito público regional.....	- 33 -
C.1.3 - Realidad asociativa público privada a nivel regional	- 34 -
C.2. - COMPLEMENTARIEDAD.....	- 36 -
C.2.2.- DETALLE DE COMPLEMENTARIEDAD DE PRODUCTOS	- 38 -

C.2.3 - PRINCIPALES SIMILITUDES ENTRE PRODUCTOS DE POTENCIALIDAD COMPLEMENTARIA.....	- 48 -
PUNTO 3.....	- 51 -
DISCRIMINACION DE ACCIONES POSIBLES QUE POTENCIEN EL DESARROLLO A NIVEL REGIONAL, PROVINCIAL Y LOCAL DE LA CADENA DE VALOR DE LA ACTIVIDAD TURISTICA.....	- 51 -
A) CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA CADENA DE VALOR DEL TURISMO..	- 52 -
B) ACCIONES PROYECTADAS POR LAS PROVINCIAS EN SU PROPIA JURISDICCIÓN.....	- 53 -
C) ACCIONES PROPUESTAS POR LAS PROVINCIAS PARA LA INTEGRACION REGIONAL	- 55 -
D) ACCIONES POSIBLES PROPUESTAS PARA LA INTEGRACION REGIONAL.....	- 57 -
D.2. - EJEMPLIFICACIÓN DE PROYECTO DE ACCIONES DE INTEGRACIÓN REGIONAL	- 61 -

ANEXOS

ANEXO 1.....	Informe Parcial Nro.1
ANEXO 2.....	Informe Parcial Nro. 2
ANEXO 3.....	Plan Estratégico de la Región Centro
ANEXO 4.....	Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016
	Asistencia Financiera para el Sector Turístico
	Asistencia para Microemprendimientos
ANEXO 5.....	Plan Estratégico de Turismo Sustentable Córdoba
ANEXO 6.....	Compilación de Normas Aplicables al Turismo
	en la Provincia de Córdoba
ANEXO 7.....	Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sustentable
	de la Provincia de Entre Ríos
	Plan Estratégico de Turismo de la Provincia de Santa Fe
	Plan Estratégico Preliminar de la Provincia de Córdoba
	Plan de Destino Turístico Córdoba Ciudad

COMPENDIO

"Estudio para el Desarrollo del Turismo como Cadena de Valor de la Región Centro"

Objetivo

El objetivo principal del estudio se basó en la búsqueda de incorporar elementos que permitan elevar el nivel de análisis, a fin de facilitar el desarrollo de políticas públicas y acciones conjuntas de carácter turístico a nivel regional.

Enfoque Metodológico

Para alcanzar los objetivos citados y a partir de un intenso relevamiento de información del sector turístico en cada una de las provincias, se desarrolló un **"Análisis Comparativo Regional"** de:

- Planes Estratégicos de Turismo.
- Aspectos jurídicos y normativos de la actividad.
- Sistemas de fomento para la promoción de la inversión turística.
- Infraestructura turística e inversiones en marcha o proyectadas.
- Estructuras de organización institucional del sector en cada provincia, tanto a nivel público como privado.

La información necesaria fue obtenida gracias a la gran colaboración de las instituciones públicas y privadas del sector, en cada una de las provincias.

Conclusiones

Se determinaron criterios amplios de integración turística regional, basados en conceptos de "asociatividad" tanto entre el sector público como privado y fundamentalmente de "complementariedad" en la gran diversidad de la oferta turística de la región. Dichos criterios son compartidos por las diferentes estructuras institucionales tanto públicas como privadas en las tres provincias de la región.

Se identificaron productos complementarios entre las provincias para el desarrollo receptivo regional, destacándose en este sentido las áreas de turismo religioso, histórico y cultural, el turismo educativo, la caza y la pesca, el avistaje de aves, el golf y el turismo de reuniones, entre otros que se detallan en el trabajo.

Se destaca la necesidad de una adaptación normativa regional que facilite el desarrollo de proyectos y acciones conjuntas, y la importancia de la labor conjunta pública privada en toda la región.

TERCERA ETAPA

CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

PUNTO 1

**DETERMINACION DE OBJETIVOS REGIONALES EN TURISMO,
COMUNES A LAS TRES JURISDICCIONES**

A) COMUNIDAD DE OBJETIVOS

1. A.1. A PARTIR DE PLANIFICACIONES PROVINCIALES

La planificación estratégica de cada una de las provincias de la región identificó en diferente medida aspectos que podrían denominarse similares o comparables.

Si bien la realidad de cada una es diferente, existen en el marco de cierta amplitud de criterios, puntos que fueron identificados por las tres provincias como Objetivos a seguir, con el fin común del desarrollo del turismo como economía regional.

En este sentido entonces y a partir de los planes estratégicos provinciales estudiados identificamos cuatro objetivos o líneas convergentes generales de trabajo establecidas por las tres provincias:

- 1. Generación de actuaciones regionales estratégicas**
- 2. Desarrollo cualitativo de la oferta**
- 3. Incremento de los ingresos por el sector (impacto económico)**
- 4. Captación de inversiones productivas**

En el desarrollo de las etapas anteriores de este estudio han sido incluidos de forma detallada los Objetivos Específicos de cada una de las provincias. En esta etapa podemos citar que en cada provincia están en distintos niveles de desarrollo y alcance de dichos objetivos, ya que cabe destacar que Córdoba ya tiene planificaciones estratégicas anteriores en donde ya se definían objetivos que han sido alcanzados, eliminados, reformulados o modificados en el último plan objeto de este estudio.

A diferencia de este caso, las provincias de Entre Ríos y Santa Fe, han elaborado sus primeros planes estratégicos de turismo de forma reciente y son los planes objetos de este estudio. Por ende se trazan los objetivos por primera vez en el marco de una plan estratégico en sus respectivas provincias y el avance de las acciones en torno a ellos se encuentra en una etapa de desarrollo distinta.

En el caso particular de Santa Fe cabe recordar que como se indicará en la segunda Etapa de este estudio, los objetivos del Plan Estratégico de Turismo 2007, fueron sensiblemente modificados a partir del cambio político y de criterios en la administración pública provincial. No obstante ello, los nuevos lineamientos aún no se han plasmado con las características de un plan estratégico, pero si es claro que la administración provincial tiene objetivos concretos que se destacan por su visión de mediano y largo plazo.

2. A.2. A PARTIR DEL PLAN REGIONAL

De manera resumida aquí, detallada en la primer etapa de este estudio, podemos citar las 14 líneas de acción a seguir que establece el Plan Estratégico de la Región Centro para el Turismo, que bien pueden tomarse como Objetivos a seguir por la amplitud de sus enunciados:

1. Legislación Turística.
2. Clasificación y Categorización de Alojamientos Turísticos.
3. Fomento de Inversión en el área Turismo.
4. Planes Estratégicos.
5. Carta Vial de la Región.
6. Creación de un Agente Receptivo para la Región.
7. Impulso a los Movimientos Turísticos Internos de la Región.
8. Definición de Estrategias Comunes de Mercado.
9. Sistema de Señalética Turística.
10. Desarrollo de infraestructura y equipamiento turístico.
11. Fortalecimiento de la gastronomía Regional.
12. Búsqueda de una conciencia turística Regional.
13. Desarrollo de las Microregiones.
14. Fortalecimiento de las Fiestas Regionales.

Es importante considerar estos puntos ya que la elaboración del plan regional fue revestida de un carácter metodológico inclusivo, a partir de la participación de un importante número de actores provenientes tanto del sector público como de todos los ámbitos correspondientes al sector privado de las tres provincias, y el apoyo de profesionales idóneos, que podemos decir alcanzaron la identificación de estos puntos como prioritarios que hoy podemos afirmar coinciden en gran medida con las acciones u objetivos que llevan adelante las provincias.

Debemos nuevamente resaltar, que por sus diferentes etapas de desarrollo turístico, las tres provincias tiene objetivos de diferente prioridad pero todas siguen un mismo hilo conductor.

Las provincias de Santa Fe y Entre Ríos ya han alcanzado sus leyes provinciales de turismo, algo de lo que carecían al momento de la elaboración del plan regional y que fue claramente marcado como prioridad en estos puntos.

3. A.3. A PARTIR DE LA VISIÓN ACTUAL DE LAS INSTITUCIONES PROVINCIALES

Se generaron una serie de entrevistas y encuentros con los referentes del sector público de cada una de las provincias.

El intercambio de información fue siempre fluido y la característica del estudio fue la gran apertura y disposición de las máximas autoridades provinciales, que pusieron además a nuestra disposición sus equipos de trabajo.

Los conceptos expresados a continuación, surgen principalmente del diálogo y la comunicación generada con cada uno de los tres referentes turísticos y con sus equipos de trabajo.

Representan un breve resumen de conceptos que brindan los lineamientos y las bases generales para la construcción de puntos de encuentro y complementación a partir del conocimiento y el intercambio de las acciones y las expectativas y proyectos de los diferentes actores. Iremos desarrollando esto a lo largo de este informe, a continuación se detallan los objetivos presentados por cada provincia de forma particular a partir de los cuales podremos encontrar puntos de encuentro:

CÓRDOBA

La provincia trabaja fuertemente en su posicionamiento como destino turístico internacional y en la atracción de inversiones. Por otra parte esta abocada a la Puesta en Valor del Patrimonio Cultural en diferentes puntos de la provincia, como elementos de relevancia para el desarrollo del Turismo Cultural y Religioso.

Al mismo tiempo encara una transformación normativa que incluya los nuevos formatos de alojamiento y servicios turísticos de la actualidad.

OBJETIVOS INMEDIATOS

- Conformación de un HUB aéreo alternativo a Buenos Aires.
- Consolidación como destino de Congresos y Convenciones
- Concientización sobre la relevancia del sector turismo en los números e impacto sobre la economía provincial.
- Generación de políticas públicas de largo plazo en torno al turismo.

ENTRE RÍOS

La provincia trabaja en desarrollo del turismo como fortaleza de economías regionales fundamentalmente gracias a una política de financiamiento externo, accediendo a diferentes programas de financiamiento internacional para desarrollar estudios y acciones concretas en el sector.

A partir de ello hoy centra parte de sus actividades en la Capacitación y Equipamiento de comunidades turísticas, y en la elaboración de un mapa de oportunidades a partir del relevamiento público y privado.

OBJETIVOS INMEDIATOS

- La Normalización y Reglamentación de:
 - ✓ Turismo Aventura
 - ✓ Turismo Rural
 - ✓ Alojamientos
 - ✓ Turismo Ecológico
- El Rescate del Patrimonio Jesuítico

SANTA FE

La provincia trabaja fuertemente en la consolidación de la estructura institucional del turismo. En este sentido se dedica hoy al fortalecimiento de las cadenas de valor dentro de la provincia y a la institucionalización definitiva de las mismas.

OBJETIVOS INMEDIATOS

- La generación de un Foro de Municipios para el desarrollo del turismo de forma coordinada y asociativa.
- La instauración de un Observatorio Turístico Provincial

4. A.4. OBJETIVOS GENERALES PROPUESTOS

A partir del propio análisis de la información existente y de las conclusiones obtenidas en los estudios previos enumerados, podemos citar las "**principales temáticas**" del sector que requieren de atención y resolución en la región:

1. **Propender** al desarrollo de la actividad con miras a ser un sector que mejore el crecimiento económico de la región.
2. **Articular** a los diferentes actores intervinientes en el sector turístico, promoviendo su asociatividad y definiendo claramente sus roles en el proceso.
3. **Apoyar** a las empresas del sector turismo y generar nuevos negocios.
4. **Mejorar** la calidad de los servicios turísticos fijando estándares para ello, como una manera de consolidar económicamente a la región.
5. **Preparar** al sector hotelero, gastronómico, cultural y demás agentes turísticos públicos y privados para insertarlos en una política coordinada que afronte los desafíos de un turismo globalizado.
6. **Promover** un incremento de la productividad de las pequeñas y medianas empresas, aumentando la competitividad del tejido económico local.
7. **Incrementar** el nivel de actividad apuntando a aliviar el desempleo.
8. **Diseñar** productos turísticos adecuados a la real demanda de los distintos segmentos del mercado.
9. **Integrar** al vecino a la actividad turística, concientizándolo sobre la importancia de esta actividad en el desarrollo de la economía local.

10. **Generar** nuevas institucionalidades público-privadas para gestionar el desarrollo de la actividad y potenciar los esquemas asociativos existentes.

A partir entonces del conocimiento de estos puntos que se detectan como prioritarios para la región, de toda la información analizada y de los objetivos ya establecidos por los diferentes planes provinciales, regionales e incluso el Plan Federal, consideramos una serie de puntos macro que a nuestro criterio resumen los **Objetivos Generales para la Región Centro** en el corto y mediano plazo:

1. **Compatibilización de la legislación turística de las provincias**
2. **Unificación de criterios de promoción a la inversión turística**
3. **Concientización turística**
4. **Calidad turística**
5. **Visión estratégica regional**

1- COMPATIBILIZACIÓN DE LA LEGISLACIÓN TURÍSTICA DE LAS PROVINCIAS

La disparidad Normativa se identifica claramente como la primer barrera para la integración turística regional. Existen innumerables vacíos legales y diferencias importantes entre las legislaciones vigentes.

En los cuadros generados en las etapas anteriores se desprende un detalle completo de la diferencia normativa, que no responde sólo a una diversidad turística de cada provincia sino también a la falta de histórica de voluntad de normalización común.

Afortunadamente las administraciones actuales demuestran una amplitud de criterio importante y una clara identificación del problema normativo, como de impacto directo sobre la posibilidad de generación de estrategias, productos y convenios regionales.

Es importante destacar que las tres provincias hoy cuentan con leyes de turismo. Claramente la Provincia de Córdoba tiene un compendio de leyes que podrían ser tomadas para completar los vacíos legales de las otras provincias, y al mismo tiempo tal vez generar un nuevo debate para la actualización de dichas normativas y la aplicación conjunta a nivel regional.

Hoy existe desde el Poder Legislativo un punto de encuentro en la Región Centro a través de legisladores miembros y representantes ante una comisión regional interprovincial, que claramente no está siendo utilizado todo lo bien que podría serlo, pero que es la herramienta fundamental que hoy mismo nos permitiría llevar adelante este debate.

2- UNIFICACIÓN DE CRITERIOS DE PROMOCION A LA INVERSION TURÍSTICA

Las tres provincias que integran la Región cuentan con una oferta común de financiamiento a inversiones en el sector turismo, que proviene fundamentalmente de la Nación. En forma individual podría decirse que no hay grandes diferencias tampoco, los bancos locales ofrecen en cada caso acceso a beneficios financieros, que aunque ninguno puede considerarse dentro de niveles de tasas internacionales muy accesibles, brindan algunas opciones para ser consideradas dentro de las reglas de mercado locales.

No obstante esto, la principal diferencia sobre la que debería profundizarse, radica en el ámbito impositivo por la existencia de Ingresos Brutos de valor y aplicación diversa en cada jurisdicción, algo que atañe a todos los sectores de la economía, y de forma particular al turismo por otra parte lo que hace a las **Exenciones**

Impositivas que hoy tiene reguladas la Provincia de Córdoba, específicamente para el turismo, y que la diferencian de sus pares.

De forma resumida, ésta es una diferencia importante de la Provincia de Córdoba con respecto a las otras dos provincias ya que Córdoba cuenta con la **Ley N°7232** – Régimen de Promoción y Desarrollo Turístico, Decretos Reglamentarios 4557/85 637/99 y 1360/00.

En áreas de promoción se obtienen los siguientes beneficios:

- Diferimientos en el cumplimiento de obligaciones fiscales.
- Venta en condiciones de fomento o cesión por cualquier título de bienes inmuebles del dominio privado del Estado Provincial.
- Provisión de infraestructura de servicios públicos esenciales, dentro de los planes de Gobierno.
- Subsidios, becas y asistencia técnica
- Exenciones de hasta el 30% sobre el monto total de inversiones de establecimientos nuevos (según la región donde se realiza el proyecto).

3- CONCIENTIZACIÓN TURÍSTICA

Es una de las acciones fundamentales que permitiría potencializar la actividad turística de un país o un destino. Es implementar un proceso educativo que permita la toma de conciencia de la importancia del turismo como variable de desarrollo socio-económico-cultural, tanto de la comunidad en general como del propio empresariado y autoridades del sector.

La argumentación que demuestra la importancia del sector, que logro sensibilizar a los mayores niveles de decisión de la República, que dan jerarquía de Ministerio al turismo nacional, se apoya en largas y ratificadas investigaciones de la OMT - Organización Mundial del Turismo, que definitivamente demuestran que el turismo no es simplemente una disciplina, sino una multidisciplina de fuerte arrastre transversal de varias disciplinas que por la vía del turismo encuentran un facilitado

accionar para crear riqueza y lograr mayores puestos de trabajo, genuinos y perdurables.

Debemos interpretar por conciencia turística al proceso formativo de cambio de conductas y conocimiento de la actividad turística de un destino. Esta estrategia de orden social presupone la implementación de un conjunto de acciones que por medio de un proceso continuo permita fundamentalmente la comprensión de la actividad, la mejora en la calidad de los servicios y la conservación del medio ambiente natural y/o cultural relacionado a ella.

Es importante en este proceso convertir a la comunidad residente y al visitante que hoy actúa como espectador en actor de su propio desarrollo y de origen a una mejora permanente de la calidad de vida en el destino. Esto es Conciencia Valorativa y es claramente un objetivo prioritario para el sector.

4- CALIDAD TURÍSTICA

El concepto de Calidad no es ajeno al turismo y muy por el contrario ha comenzado a despertar cada vez mayor inquietud en los empresarios del sector, que ven en la aplicación de determinadas normas y en la obtención de determinadas certificaciones, un elemento de promoción y una herramienta de funcionamiento útil que ayuda a la eficiencia y efectividad de la empresa. Eficiencia, entendido en cómo hacer las cosas correctamente, y Eficacia en cómo hacer las cosas correctas.

Pero la Calidad debe interpretarse también en el amplio marco de servicios que hacen a la atención del turista en todas sus etapas y circunstancias. En este sentido la calidad abarca tanto al ámbito privado como al público y abraza todo tipo de servicios e infraestructura, que deben de brindarse de acuerdo a parámetros claros y acordes a la información brindada al turismo. Aquí juegan muchos factores, que terminan por fidelizar a un turista o por perderlo definitivamente.

Desde una mirada regional, la búsqueda de estándares de calidad debe ser un objetivo, a nivel de los actores privados y a nivel institucional, pero también, y relacionado al primer objetivo expresado en este estudio, debe ir de la mano de legislaciones unificadas regionales que tengan las mismas concepciones y criterios de calidad para que cuando generemos la oferta de un producto de determinado nivel, sea equiparable en las tres jurisdicciones.

5- VISIÓN ESTRATÉGICA REGIONAL

La determinación y el enunciado de una Visión Estratégica Regional en torno al turismo, es algo que debe ser Comprendido, Compartido y Comprometido por las diferentes provincias.

El objetivo de generar estrategia es algo consensuado y que se expresa así en el Plan estratégico de la Región Centro. Sin lugar a dudas es un objetivo que ha sido alcanzado en cierta forma desde el punto de vista de la planificación de cada jurisdicción. Como mencionamos antes, hoy las tres provincias cuentan con planes estratégicos de turismo cosa que no sucedía sólo 5 años atrás.

Esto significa un avance importante y brinda muchas herramientas de trabajo, que han sido detalladamente estudiadas en el desarrollo de los análisis comparativos de este estudio. Pero sin lugar a dudas, la materia pendiente ahora, más allá del Plan de la Región Centro, es hacer realidad esta visión estratégica regional en los hechos y a partir de acciones conjuntas en ámbitos de promoción y en ámbitos del desarrollo de infraestructuras de impacto turístico, como en otros relacionados al sector.

PUNTO 2

**DETERMINACION DE CRITERIOS QUE FACILITEN LA
INTEGRACIÓN REGIONAL**

A) CONCEPTOS AMPLIOS DE INTEGRACION

Al encontrarnos con el desafío en este estudio de identificar "criterios" que oficien de facilitadores en la integración regional, nos enfrentamos a una definición compleja de factores de absoluta interdependencia entre las provincias.

Por otra parte, los criterios más que definiciones de carácter objetivo, generalmente son subjetivos y de absoluta dependencia de los actores en su contexto.

A partir de estos preceptos, surge primero la necesidad de identificar algunas variables y componentes sobre quienes debemos trabajar en la fijación de criterios.

Aquí surgen entonces actores del sector, diferentes competencias de los mismos, roles, recursos diferenciados, estudios, identidad, etc..

A.1 - ACTORES DE LA CADENA DE VALOR TURISMO

Como primera medida entonces es importante realizar una pequeña enumeración de algunos de los actores que de una u otra manera se encuentran involucrados en la Cadena de Valor del Turismo, que de manera particular cuenta con una diversidad característica en la multiplicidad de actores que podríamos sumar a su cadena.

Podemos citar entre otros:

- Alojamientos

Hoteles
Appart
Departamentos temporarios
Hostels
Hospedajes

- Gastronomía

Bares
Restaurantes
Comidas típicas
Comida Internacional

Formatos Fast Food
Vegetarianos

- Servicios turísticos
 - Turismo de negocios
 - Turismo alternativo
 - Turismo idiomático
 - Turismo cinegético
 - Turismo salud
 - Turismo de deportes
 - Turismo Rural
 - Pezca
 - Guías de turismo
 - Alquiler de autos
 - Asistencia al viajero
 - Agencias receptoras
 - Organizadores de eventos
- Entretenimiento
 - Cines
 - Teatros
 - Discos
 - Parques de diversiones
 - Entretenimiento para adultos
- Paseos
 - Museos
 - Hitos
 - Iglesias
 - Parques
 - Establecimientos deportivos
- Comercios
 - Áreas Centrales
 - Centros comerciales
 - Negocios de artículos tradicionales

- Transporte	Aeropuertos Terminal de ómnibus Servicios de transporte público Empresas de taxi y remis
- Servicios varios	Casas de Cambio Alquiler de telefonía Kioscos Teléfonos públicos Locutorios Cyber
- Infraestructura	Centros de Congresos Convenciones Rutas y Accesos Calles y peatonales Cartelería y Señalización Medios de comunicación Iluminación (pública y privada) Turismo Inclusivo (para el discapacitado)
- Industria	Productos Regionales Artesanías Obras de arte Indumentaria y Vestimentas típicas e hilados

De esta manera el abanico empresario y comercial como así también institucional que atañe al turismo es extenso, generando una compleja red de interrelación e interdependencia, sobre la cual se deberá trabajar en definitiva para alcanzar cierto nivel de **cooperación** en torno al turismo.

A.2 - DEFINICIONES

Generamos entonces algunas definiciones a nuestro criterio importantes a efectos de la determinación de criterios de integración:

- a. Existe la necesidad de entender el Juego, interpretado como la necesidad de ser jugadores con una función determinada.
- b. Es importante definir una identidad, generar una marca, que permita a su vez brindar a sus miembros el sentido de pertenencia necesario.
- c. Se debe buscar siempre la sustentabilidad en el desarrollo, de cualquier tipo de emprendimiento.
- d. Debe existir el entendimiento político y la determinación
- e. Debe existir la disposición a la unión de recursos.
- f. A nivel de infraestructura es fundamental tomar en cuenta elementos influyentes en la Cadena de Valor.
- g. La cooperación debe darse dentro y fuera del destino
- h. La cooperación comprende tanto al ámbito público como a todo el abanico del sector privado
- i. La cooperación debe ser interpretada y surgir a través de una percepción compartida para el desarrollo del destino.

A partir de estas definiciones, la cooperación será sin duda entonces una de las principales herramientas en la integración regional, pero cómo podríamos definir cooperación en este contexto?

Cooperación es:

- I. Entender el juego
- II. Respetar los roles
- III. Jugar del mismo lado
- IV. Jugar cuando es su turno
- V. Usar las capacidades propias al máximo por el bien común
- VI. Tener un discurso e imagen uniforme

B) CRITERIOS PERCIBIDOS DE INTEGRACIÓN REGIONAL, POR PROVINCIA

A través de las diferentes entrevistas mantenidas con los referentes del turismo en las estructuras de gobierno de cada una de las provincias, fuimos determinando de manera conjunta cuales eran los criterios que se identificaban a priori como los conducentes y necesarios en la integración regional.

En este sentido, se vierten diferentes conceptos, todos ellos válidos y a su vez claramente complementarios, lo que en primera instancia permite inducir una posible articulación de las acciones futuras de las provincias en torno a estos criterios.

Por cada provincia, los criterios percibidos para integración de la Región Centro a nivel del sector turístico:

CÓRDOBA

- Complementariedad de la oferta
- Homogeneidad Normativa
- Conciencia asociativa
- Concertación público privada

SANTA FE

- Generación y consolidación de hilos conductores compartidos
- Sensibilización Interna (conciencia regional) y Promoción Externa
- Homogeneidad Normativa
- Sustentabilidad económica y de las estrategias de desarrollo
- Integración de los territorios

ENTRE RÍOS

- Planificación para el desarrollo y consolidación de productos (antes de presentarlos o comercializarlos)
- Niveles de complementariedad de la oferta de cada provincia
- Incorporación de cambios tecnológicos

C) CRITERIOS DETERMINADOS PARA LA INTEGRACIÓN REGIONAL

A partir entonces del análisis de los puntos mencionados y en una visión abarcativa del sector a nivel de la Región Centro, identificamos **dos criterios macro** en los cuales encontramos resumidas las necesidades regionales de integración y a partir de los cuales será factible emprender cualquier esfuerzo y/o alcanzar cualquier objetivo tanto entre privados, entre públicos o entre públicos y privados, a nivel local y regional.

1. ASOCIATIVIDAD

2. COMPLEMENTARIEDAD

C.1. ASOCIATIVIDAD

La asociatividad es un criterio muy utilizado a nivel conceptual en la actualidad, pero de muy difícil aplicación concreta.

La fluctuante realidad económica argentina, con crisis periódicas, inestabilidad institucional e inseguridad jurídica, generan un cúmulo de factores que potencian la competencia sin reglas, la pérdida del valor de las instituciones y un estado de constante incertidumbre que promueve lo que denominamos un estado de tensión en donde **"predomina el sálvese quien pueda"** y se promueve así la disociación de las personas, sus empresas y sus instituciones.

Es así que por momentos parecemos detectar la pérdida del sentimiento de **"sociedad"**, que no es otra cosa que un grupo de identidad, del cual nos sentimos parte y que nos contiene.

La carencia de este sentimiento nos lleva a la pérdida constante de la dimensión del valor del otro, de su rol frente o junto al nuestro, y de la necesaria interacción que nos une para nuestro propio desarrollo.

En el turismo y sus protagonistas, la situación no es ajena a esta realidad, la disociación entre sus actores es parte del escenario y sus consecuencias se hacen notar.

Es así que la **asociatividad** surge como el concepto o criterio central, en torno al cual el sector debe trabajar, y tras el cual deben encolumnarse no sólo pequeños y medianos emprendimientos que en su asociatividad puedan recomponer la **competitividad** de su localidad, deben encolumnarse todos los actores tanto público como privados, promoviendo la búsqueda de objetivos comunes y de acciones convergentes que hagan mas eficientes los esfuerzos de unos y otros.

C.1.1 - Realidad asociativa del ámbito privado regional

A partir del relevamiento realizado de las instituciones del ámbito privado, es impactante la cantidad de instituciones existentes, en las tres jurisdicciones.

Por otra parte, se detecta una **falta de representatividad** real de gran parte de las mismas, y una concurrencia en territorios y objetivos que en muchos casos hace poco efectivas las acciones y limitados los alcances de sus actividades y objetivos.

En contrapartida, algunas instituciones, cámaras y asociaciones, han logrado implementar **modelos asociativos de integración** y contener entre sus miembros actores muy diversos y encontrados en el sector.

No obstante ello, estos casos son aislados y han llevado un proceso prolongado de esfuerzo y convicción por parte de sus directivos para alcanzar **niveles aceptables de asociatividad en la actualidad**.

Las principales muestras de asociatividad privada giran hoy en torno a esquemas de promoción de sus destinos. Ejemplos puntuales de ello lo son diversas publicaciones y materiales de promoción que se editaron de forma conjunta entre dos mas actores del sector, no siempre guiados por las instituciones que los representan.

Otro ejemplo de acciones asociativas son la participación conjunta en espacios feriales y misiones comerciales de promoción, tanto en el resto del país como en el exterior.

Si es importante destacar que en todos estos casos, las acciones asociativas han sido emprendidas por entidades de la misma jurisdicción provincial, no habiendo aún experiencias de **promoción internacional** con la identidad regional.

En este sentido debemos entonces afirmar, que la asociatividad del sector privado aún no ha generado acciones concretas a nivel regional, pero si debemos destacar que hemos encontrado cierto espíritu asociativo en los principales referentes de las

instituciones provinciales del sector privado tanto en Córdoba como en Santa Fe y Entre Ríos.

C.1.2 - Realidad asociativa del ámbito público regional

La **asociatividad en los espacios públicos**, en cualquier región, se ve claramente condicionada por cuestiones de **carácter político**, que exceden las voluntades particulares de sus referentes y la convergencia ideológica o conceptual sobre diferentes aspectos del turismo.

En el caso de **la Región Centro**, las máximas autoridades del sector público de las tres jurisdicciones, claramente encuentran la posibilidad de la asociatividad en muchos aspectos, tal cual se detalla en el Punto 2. B) citado con anterioridad, y con propuestas de acciones concretas que se citan en el Punto 3.

No obstante la voluntad y la apertura existentes, el turismo no ha generado aún iniciativas de carácter regional, más allá de este primer estudio que justamente busca sentar las bases del conocimiento a partir de un breve **análisis comparativo** de las provincias de la región.

No es menos importante destacar que a partir de este estudio y de la clara comunicación de los objetivos del mismo, surgió la inquietud de generar en el corto plazo un **Primer Encuentro Interprovincial de Turismo de la Región Centro**, a los fines de avanzar de manera concreta en la generación de políticas y estrategias conjuntas a mediano y largo plazo, como así también acciones concretas de integración regional en el corto plazo.

C.1.3 - Realidad asociativa público privada a nivel regional

La asociatividad público privada es hoy un elemento crucial para el desarrollo de cualquier sector de la economía argentina.

Hoy es notable la necesidad de contar con la participación y el aporte del empresariado y los ámbitos de inversión privados, en la vida pública, las decisiones del estado y la generación de políticas públicas a largo plazo.

Dentro de la propia Región Centro, el caso más característico de asociatividad público privada es el de la Agencia Córdoba Turismo SEM, una Sociedad de Economía Mixta integrada por representantes del sector público y del sector privado, que comanda las acciones de promoción de la Provincia de Córdoba y define las políticas del sector.

Esta experiencia ya lleva 10 años y tal vez recién en nuestros días este alcanzando niveles aceptables de asociatividad, no sólo debido al peso del estado por su sostén económico de las acciones de la Agencia, sino también por la lenta adaptación del sector privado a participar en la toma de decisiones de manera consensuada, compartida y sustentable.

En la actualidad se ejecutan obras de infraestructura inclusive a partir de la coparticipación público privada en la Provincia de Córdoba y se definen los calendarios de eventos y difusión internacional con la aceptación y el consenso de las partes, por caso del principal referente del sector privado, la Cámara de Turismo de la Provincia de Córdoba.

De la misma manera y a nivel localizado, en Santa Fe se esta alcanzando un importante nivel de conciencia asociativa dentro de pequeñas localidades y sus actores privados que están trabajando en el proyecto de Cadenas de Valor Productivas regionales que lleva adelante la Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Santa Fe.

Por su parte la Provincia de Entre Ríos, esta desarrollando un Mapa de Oportunidades, a partir de un relevamiento público y privado, que indefectiblemente

parte de una concepción asociativa y de interdependencia, donde se exponen al máximo las cualidades y las posibilidades de la oferta turística, que impacta en todo el sector provincial. Al mismo tiempo, el propio estado es quien propicia la conformación de nuevas estructuras asociativas e institucionales de nivel provincial, por caso la nueva entidad de agentes de viaje que tiene la provincia.

Tomando este último párrafo, es importante destacar, que para el desarrollo del turismo tanto a nivel local como regional o nacional, la asociatividad público privada reviste el carácter de fundamental o diríamos más bien esencial.

No identificamos viabilidad alguna de proyectos a mediano y largo plazo sin la existencia de un esfuerzo mancomunado y compartido entre los actores públicos y privados.

C.2. - COMPLEMENTARIEDAD

Hasta ahora hemos descrito el principal de los criterios de integración regional, la **Asociatividad**. Pero a partir de los conceptos expresados y de la realidad argentina en torno a sus posibilidades de incorporar cultural y operativamente el concepto asociativo, resulta no menos importante y más bien necesario para una asociatividad sustentable, la comprensión y búsqueda de la Complementariedad.

La **Complementariedad** tamiza la competitividad, destacando los aspectos relacionados, similares no suplementarios y de factible complemento, que permitirían la generación de **acciones conjuntas sin interferencia**, es decir sin perjudicar los intereses del otro.

Es así que desde niveles normativos hasta la generación de productos turísticos, la Complementariedad se visualiza como el criterio más aceptable de aplicación inmediata, que redundará en definitiva en beneficio de todos y que aprovecha y destaca al final las ventajas competitivas de cada jurisdicción.

Por su carácter de aplicación clara y concreta, la complementariedad la identificamos rápida y principalmente en la elaboración de productos, rutas o corredores regionales, donde existan productos complementarios por áreas y públicos de turismo específicos.

Es así que en el ánimo de generar resultados concretos a partir de este estudio, incorporamos a continuación un minucioso cuadro comparativo que deja a las claras la complementariedad de algunos productos turísticos de la región, ya desarrollados por las provincias que la integran o por al menos dos de ellas.

C.2.1 -CUADRO COMPARATIVO DE PRODUCTOS

CUADRO COMPARATIVO DE PRODUCTOS																								
	Naturaleza						Deportes			Cultural						Interés Especial								
	Sol y Playa	Turismo Activo	Ecoturismo	Avistaje de Aves	Turismo Rural	Parques Nacionales	Pesca	Polo	Golf	Tango	Turismo Religioso	Turismo Arqueológico	Cultural	Etnico	Circuitos de la producción	Caza	Congresos y Convenciones	Shopping	Gastronomía	Patrimonios mundiales	Turismo Salud	Turismo Joven	Turismo de Incentivos	Trenes Turísticos
CÓRDOBA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
ENTRE RÍOS	X	X	X	X	X	X	X			X	X		X	X		X	X	X	X		X	X		X
SANTA FE				X	X		X			X	X	X	X	X		X	X	X	X			X		

Se marcan con una **X** los productos que se han identificado con algún nivel de desarrollo o potencialidad en cada provincia.
Se han incorporado sólo los productos identificados que existen en al menos una de éstas tres provincias argentinas.

C.2.2.- DETALLE DE COMPLEMENTARIEDAD DE PRODUCTOS

NATURALEZA

Avistaje de aves

Córdoba	Santa Fe	Entre Ríos
<p>Córdoba nos presenta diferentes áreas geográficas para realizar avistaje de aves, donde se pueden apreciar desde las características únicas de los Condores Andinos en las altas cumbres hasta, los flamencos rosados en la laguna de marchiquita al noreste Cordobés. En la provincia hay unas 360 especies de aves relevadas (no está como producto turístico reconocido en la web de .gov)</p>	<p>Se definieron cuatro corredores turísticos para la observación de aves (CFI):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El corredor de la costa. 2. El corredor de la Cuña Boscosa y los Bajos Submeridionales. 3. El corredor Islas de Santa Fe. 4. El corredor de la Laguna Melincué. <p>Más de 350 especies de aves autóctonas habitan el territorio provincial y su observación se realiza durante todo el año en distintos ambientes naturales.</p>	<p>El monte nativo del norte, las praderas del centro, el delta del sur, los bosques en galería bordeando los ríos son lugares únicos para experimentar el avistaje de aves en Entre Ríos. Parques Nacionales como El Palmar o Predelta, entre otros, son el lugar propicio para realizar esta actividad.</p>

Turismo Rural

Córdoba	Santa Fe	Entre Ríos
<p>Los establecimientos de Turismo Rural ofrecen una gama amplia de alternativas para conocer Córdoba. No hay como instalarse en los cascos más tradicionales, en hoteles de campo o en rústicas posadas para adueñarse del encanto</p>	<p>Santa Fe ofrece al visitante una propuesta de turismo rural en pleno desarrollo, con gran riqueza de atractivos naturales y una marcada influencia cultural proveniente de la inmigración europea</p>	<p>Innumerables establecimientos de campo que conservan las tradiciones de la zona y donde se pueden disfrutar asados, vinos, dulces regionales y muchos más. Es la posibilidad de estar en contacto con la flora y la</p>

<p>serrano.</p> <p>Estancias llenas de historia, establecimientos de producción agrícola-ganadera, puestos en medio de paisajes enriquecidos o agrestes, donde se puede disfrutar del máximo confort o de una vida sencilla ligada a la tierra y a las costumbres del lugar, obteniendo un servicio personalizado y exclusivo.</p> <p>Ideales para cualquier época del año, para llenar los pulmones de aire fresco, jugar con los chicos, reponer fuerzas, practicar golf, realizar caminatas en contacto con la naturaleza, vivir la acción de las travesías 4x4 en las laderas de los cerros, apropiarse de los ríos, hacer todo o nada.</p>		<p>fauna autóctona aprendiendo cómo viven, de qué se alimentan los animales autóctonos y mucho más. Visitar este lugar es ir al encuentro de la naturaleza en todo su esplendor.</p>
---	--	--

Ecoturismo

Córdoba	Santa Fe	Entre Ríos
<p>Córdoba cuenta con áreas protegidas y ambientes naturales que al visitarlas permiten disfrutar de la vida en contacto con la naturaleza, viviendo experiencias únicas dentro de los principios que garantizan su conservación. Por sendas solitarias, caminando, en bicicleta o de a caballo, escuchando el canto de los pájaros, observando la fauna autóctona o reconociendo alguna flor, capturando paisajes en una fotografía o</p>	<p>La provincia de Santa Fe a lo largo y ancho de su territorio tiene cerca de 20 reservas naturales entre públicas y privadas. Al estar ubicada en la llanura chaco-pampeana, la provincia puede dividirse en las siguientes regiones: Cuña Boscosa, Bajos Submeridionales, Chaco Semiárido, Pampa Húmeda y Valles del Paraná.</p> <p>Santa Fe deslumbra por sus características paisajísticas,</p>	<p>Cuenta con ambientes naturales y áreas protegidas que permiten disfrutar de la vida en contacto con la naturaleza. Caminando, en bicicleta, en canoas o de a caballo, escuchando el canto de los pájaros, observando la fauna y flora autóctona, capturando paisajes en una fotografía vivirá innumerables sensaciones en sitios de fisonomías agrestes y de vegetación</p>

<p>ascendiendo algún cerro, vivirá innumerables sensaciones en sitios de fisonomías agrestes como las Salinas Grandes, de vegetación frondosa y pastizales de altura en la montaña, o de lagunas y mar en la llanura.</p> <p>Áreas Naturales Protegidas:</p> <p>Reserva Natural Cerro Colorado</p> <p>Parque y Reserva Natural Chancaní</p> <p>Parque Nacional Quebrada del Condorito y Reserva Hídrica Provincial Pampa de Achala</p> <p>Reserva Natural de Fauna “La Felipa”</p> <p>Reserva Hídrica Natural Parque La Quebrada</p> <p>Reserva Natural Bañados del Río Dulce y Laguna de Mar Chiquita</p> <p>Reserva Provincial de Uso Múltiple “Salinas Grandes”</p>	<p>sus selvas y cañaverales, sus quebrachales o sus islas ribereñas</p> <p>En el departamento General Obligado se encuentra el Sitio Ramsar "Jaaukanigás", declarado Humedal de importancia internacional, que abarca una superficie aprox. de 492.000 hectáreas.</p>	<p>frondosa.</p> <p>Son escenarios propicios para esta práctica en Entre Ríos: los parques nacionales, los parques provinciales, las reservas naturales y privadas, los monumentos naturales, las reservas de usos múltiples, otras áreas que no han sufrido alteraciones por parte del hombre.</p> <p>Los diversos cuadros paisajísticos constitutivos de la gran muestra escenográfica de Entre Ríos, hacen del safari fotográfico una de las actividades alternativas más optadas por el turismo. Propicia para desarrollarse en cualquier rincón de la provincia, por tierra y por agua, a gusto y preferencia del viajero, aparece como complemento más que perfecto del apasionante avistaje de flora y fauna.</p> <p>Se destacan además:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Altas Barrancas (Paraná) - Parque Nacional El Palmar (Colón) - Parque Nacional Predelta (Diamante)
--	---	--

Córdoba	Santa Fe	Entre Ríos
<p>Las sierras cordobesas, son el escenario ideal para la aventura</p> <p>Ascensión, avistaje de Flora y Fauna, buceo, cabalgatas, caminatas, ecoturismo, escalada, espeleísmo, vuelo libre (parapentismo y aladeltismo), trekking, supervivencia, overland y 4x4, mountain bike, etc..</p>	<p>Excursiones 4 x 4. Cabalgatas. Cicloturismo con diversos recorridos, Safaris Náutico y pesca</p>	<p>Se disputan la cartelera de actividades los circuitos de trekking, las travesías 4x4 y mountain bike, las cabalgatas por barrancas e islas y los deportes náuticos, desde natación y remo, hasta velerismo y windsurf, sin omitir las excursiones embarcadas por las bifurcaciones del río combinadas con exploraciones acuáticas del abanico de islas.</p>

DEPORTES

Pesca

Córdoba	Santa Fe	Entre Ríos
<p>Mar chiquita región ubicada en el noreste de la provincia, presenta actividades náuticas y pesca, Córdoba también cuenta con la pesca deportiva de Pejerrey en los siguientes embalses y lagunas: Río Tercero, La Viña, Cruz del Eje, Piedras Moras, La Falda, San Roque, Los Molinos, La Quebrada, Las Pichanas, El Cajón, Cerro Pelado, Mar Chiquita, entre otros.</p> <p>Los ríos de Córdoba se caracterizan por su agua de excelente calidad, bien oxigenada y muy fría y son ideales para la pesca con mosca, Por ello, se han constituido áreas de pesca de salmónidos, con</p>	<p>El Río Paraná recorre más de 800 km de costa santafesina, lo que lo convierte en un lugar excepcional para practicar la pesca con devolución. El Dorado es una de las especies más deseadas por los pescadores deportivos, por su fiereza y tenacidad. Pero también se encuentran patí, chafalote, armado, pacú, surubí, boga, moncholo, tararira, manduvé, bagre amarillo, entre otros.</p> <p>La pesca deportiva en la provincia se puede practicar todo el año y en todas sus modalidades, de costa o embarcados, spinning, trolling o fly casting (con</p>	<p>La Ruta del Dorado en Entre Ríos, Santa Elena conocida como "El Paraíso de la Pesca", caracterizado por las bellezas naturales que brindan sus costas, es el lugar ideal para los amantes de las playas, sumado a la posibilidad de practicar deportes náuticos.</p>

modalidad de pesca con devolución obligatoria.	<p>mosca) y con carnada.</p> <p>En Reconquista, a 350 kilómetros de la ciudad de Santa Fe, se realiza en octubre el Concurso Argentino de Pesca del Surubí, el torneo de pesca deportiva más importante del país.</p>	
--	---	--

Golf

Córdoba	Santa Fe	Entre Ríos
<p>Córdoba ofrece la posibilidad de disfrutar un ambiente urbano de calidad y recorrer desde aquí las canchas de Golf de primer nivel, en su gran mayoría a sólo minutos del centro de la ciudad y en otros casos a no más de 200 km pero en un entorno particularmente encantador. Los amantes del Golf, encontrarán en Córdoba una propuesta ideal, variada y de buen nivel. Cuenta con más de 26 canchas en excelente estado, que ofrecen una adecuada infraestructura y servicios de alta calidad. Las inclinaciones naturales del terreno, propias de la geografía cordobesa, dotan a los campos de interesantes ondulaciones, que se traducen en desafíos para los jugadores.</p>	<p>Dueña de características más que seductoras para los aficionados al golf, la provincia de Santa Fe tiende sus numerosos campos invitando a la práctica del distinguido deporte en un marco de prolijidad, limpieza, exquisita parquización y excelentes servicios.</p> <p>Año tras año, las canchas santafesinas son elegidas por deportistas locales, nacionales y extranjeros que llegan para disputar importantes competencias, entre ellas el reconocido Torneo Abierto de Golf del Jockey Club sito en la capital provincial.</p> <p>11 canchas.</p>	<p>Entre Ríos presenta una gran diversidad de escenarios magníficos para la práctica del golf en espacios al aire libre y plenos de naturaleza. 12 canchas de este deporte, rodeadas de paisajes únicos, emplazadas a orillas de ríos y de grandiosos espejos de agua.</p>

CULTURAL

Turismo Religioso

Córdoba	Santa Fe	Entre Ríos
Córdoba tiene un gran patrimonio de iglesias y capillas (muchas de ellas en parajes rurales y serranos) cuya existencia se remonta a la colonización española y las posteriores corrientes inmigratorias del siglo XIX. Este patrimonio está estrechamente asociado a festividades y celebraciones religiosas, constituyendo la ocasión de visitas turísticas para conocer y compartir tradiciones y culturas locales a lo largo del territorio.	Visita de ocho conventos o iglesias en la ciudad de Santa Fe de la Vera Cruz.	Aldeas Alemanes del Volga y paseo de las Colonias donde se encuentran diferentes iglesias y conventos que datan desde el 1800, En la ciudad de Paraná la Iglesia Catedral : ha sido declarada monumento histórico por Decreto Nacional. El edificio actual de la Catedral fue construido en 1882 por orden del Papa Pío XI. La Iglesia San Miguel : es la construcción más antigua conservada en la provincia

Turismo Cultural

Córdoba	Santa Fe	Entre Ríos
<p>Córdoba posee una extensa variedad de festivales y fiestas populares a lo largo de todo su patrimonio cultural y son dignas de ser incluidas dentro de cualquier agenda turística.</p> <p>Destacados aportes a diversos campos del arte señalan la importancia de Córdoba en el panorama cultural argentino.</p> <p>Dado el carácter único y relevante a nivel internacional, la UNESCO ha</p>	<p>La provincia propone disfrutar del turismo urbano en pujantes ciudades como Rosario, Santa Fe, Rafaela o Venado Tuerto, de notable infraestructura y variada oferta cultural.</p> <p>Las propuestas de recitales, teatro y otras importantes manifestaciones artísticas, se ofrecen desde importantes salas hasta en bares y restaurantes.</p> <p>Los museos son otro destacado atractivo</p>	<p>Protagonista relevante de la historia argentina, Entre Ríos abre las puertas de lugares imperdibles, sitios y monumentos plenos de testimonios de nuestros orígenes y de caudillos que forjaron la Nación.</p> <p>Numerosos museos regionales albergan el acervo histórico de la zona y abarcan una diversidad de temas folklóricos.</p> <p>La ciudad de Gualeguaychú se caracteriza por concentrar</p>

<p>incluido el "Camino de las Estancias Jesuíticas" y "La Manzana Jesuítica" en la Lista de Patrimonio de la Humanidad. Es la ocasión de descubrir paisajes, tradiciones y costumbres que marcan la identidad de Córdoba cultural y turística.</p>	<p>provincial, al igual que las más de ciento cuarenta Fiestas Regionales que se desarrollan durante todo el año.</p> <p>Santa Fe también permite revivir su historia y la fuerte marca que dejó la cultura hispánica. En Cayastá, se conservan las ruinas de Santa Fe La Vieja, Monumento Histórico Nacional en vías de ser declarado Patrimonio Mundial de la Humanidad. En San Lorenzo, el Campo de la Gloria rememora la primera batalla de San Martín contra los realistas, única librada por el prócer en Argentina.</p>	<p>una vida cultural muy intensa y de calidad reconocida a nivel nacional e internacional.</p>
--	--	--

INTERÉS ESPECIAL

Congresos y Convenciones

Córdoba	Santa Fe	Entre Ríos
<p>La Provincia de Córdoba ofrece todo para la organización de eventos, congresos, exposiciones y ferias. Su clima favorable durante todo el año, su alto nivel en seguridad y su infraestructura garantizan al visitante atención de máxima calidad.</p> <p>A su amplia oferta hotelera de todas las categorías, liderada cadenas internacionales, se le suma las innumerables opciones de espacios</p>	<p>Las ciudades de Santa Fe y Rosario con una importante dotación de infraestructura y una adecuada oferta de servicios, constituyen una plaza ideal para la organización de congresos, ruedas de negocios y convenciones. Rosario es hoy una de las ciudades de eventos mas importantes del país, por detrás de Buenos Aires, Córdoba y Mar del Plata.</p>	<p>Ofrece un completo abanico de alternativas destinadas a la planificación, organización y coordinación del acontecimiento, con dedicación y profesionalidad.</p> <p>La estratégica localización y accesibilidad, su oferta hotelera, la amplia variedad de salas con el confort y tecnología requeridos representan sólo una parte de lo que Entre Ríos ofrece para alojar acontecimientos</p>

<p>destinados a ferias y exposiciones, que en este último tiempo sumo grandes estructuras de nivel.</p> <p>Aeropuerto, rutas de acceso, telecomunicaciones, servicios de apoyatura logística para la organización, gastronomía de nivel y alta calidad en los recursos humanos disponibles, son los factores que suman a la hora de definir el grado de competitividad que ofrece Córdoba.</p>		de trascendencia.
--	--	-------------------

Gastronomía

Córdoba	Santa Fe	Entre Ríos
<p>Córdoba ofrece a quienes la visitan la alternativa de conocer y disfrutar de cuatro rutas alimentarias, especialmente diseñadas por la Dirección de Turismo en forma conjunta con diferentes municipios y productores privados. Salames, quesos comunes y de cabra, aceites de oliva, miel, dulces, alfajores, vinos, hierbas aromáticas y cabritos constituyen los "platos fuertes" de estos circuitos que se extienden por la amplia geografía cordobesa, en calidad y cantidad suficiente como para constituir ya marcas registradas a nivel nacional.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ruta de los chacinados y los quesos • Ruta de Maní 	<p>Fiesta Argentina de la Bagna Cauda Humberto I (Provincia de Santa Fe) La actividad central consiste en la degustación de la <i>bagna cauda</i>, comida piamontesa típica de la zona.</p> <p>Fiesta nacional de la frutilla, de la soja, de la ganadería, de la miel, de la leche, del alfajor santafesino.</p>	<p>Ruta Gastronómica "Los Sabores del Paraná" se extiende a lo largo de las localidades costeras, desde Victoria hasta La Paz consiste en un itinerario por las localidades del corredor turístico Costa del Paraná. Esta cocina revaloriza la cultura, tradiciones y reafirma al pescado de río como base de las comidas turísticas.</p> <p>Los "Sabores de Paraná" es un programa de la Secretaría Municipal de Turismo, que cuenta con el apoyo de entidades como AEHG (Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica de Paraná), UTHGRA (Unión de Trabajadores Hoteleros Gastronómicos de la República Argentina),</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Los sabores de los valles cordobeses • Ruta del cabrito y la frutihorticultura • Ruta del olivo • Ruta del vino 		<p>UADER (Universidad Autónoma de Entre Ríos) y que en sus 6 años de vida ha logrado importantes avances en la gastronomía regional, impulsando decididamente el perfil de “Cocina con Identidad”.</p>
--	--	--

Caza

Córdoba	Santa Fe	Entre Ríos
<p>La región norte de la provincia de Córdoba ofrece una amplia zona y la infraestructura adecuada para la práctica de tiro al vuelo, siendo considerada como la mejor región para la caza de palomas en el mundo.</p> <p>La caza menor en la provincia está representada por las perdices chicas, que habita en toda la provincia; patos, habitan las zonas de bañados, especialmente los ríos Tercero, Cuarto y Quinto, la liebre europea, la vizcacha; las palomas (manchada y dorada) y los loros.</p> <p>pecarí de collar, corzuela roja y parda, jabalí europeo.</p> <p>Como zona más propicia para la caza, menor y mayor, debemos indicar la de las Sierras Grandes, al oeste de la provincia.</p>	<p>Los rincones naturales de Santa Fe configuran el múltiple espacio de concentración para los fieles seguidores de la caza deportiva, siempre respetando el ciclo biológico de la fauna local, las zonas permitidas y las temporadas establecidas por el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Industria y Comercio de Santa Fe. Dentro de la caza de patos, está permitido atrapar al Sirirí Común, Sirirí Pampa y Crestón. Entre las perdices, se puede cazar la de tipo chica o común, y la gallineta común entre las pacahas. En Santa Fe, cotorras, morajú, paloma torcaza, vizcacha, liebre y varillero o congo, son reconocidas plagas que el cazador puede atrapar sin restricciones. IMPORTANTE: Santa Fe hoy busca suplantar la caza por avistaje y otras prácticas.</p>	<p>Se distinguen en el territorio tres sectores diferenciados aunque igualmente propicios para la caza: la zona de islas, que comprende el sector entrerriano del Delta del Paraná y Uruguay, ríos, arroyos, bañados y lagunas interiores, y donde la pieza predilecta es el pato, encontrándose asimismo ejemplares de búfalo; la zona de montes, que abarca las formaciones boscosas de la provincia, especialmente la Selva de Montiel, albergando especies como el ciervo axis y el jabalí; y la zona de praderas, extendida en el resto de la provincia tentando a la captura de perdices, liebres, vizcachas y palomas</p>

Turismo Joven

Córdoba	Santa Fe	Entre Ríos
<p>Esta variedad turística es emprendida por estudiantes, jóvenes profesionales y personas aventureras que, viajando de manera económica, realizan actividades culturales, educativas, recreativas y/o deportivas, con la finalidad de aprender y divertirse, participando activamente de la cultura y los eventos turísticos del lugar elegido.</p> <p>Córdoba recibe todos los años cientos de contingentes de egresados de la escuela primaria de todo el país.</p>	<p>Pasaporte Joven: Se trata de un programa provincial que permitirá a los jóvenes de 18 a 29 años recorrer el territorio santafesino accediendo a descuentos en distintos rubros, como gastronomía y hospedaje.</p> <p>La emisión de esta tarjeta tiene como objetivo “fomentar el turismo joven, ya que los jóvenes no siempre tienen acceso a bienes y servicios turísticos”</p>	<p>El turismo joven es un producto no tan desarrollado en la provincia pero con gran potencialidad.</p>

C.2.3 - PRINCIPALES SIMILITUDES ENTRE PRODUCTOS DE POTENCIALIDAD COMPLEMENTARIA

Historia

Entre Ríos, Santa Fe y Córdoba cuentan con turismo de historia, en Córdoba con el Camino de la historia que contiene un pasado aborigen e hispánico, importantes hitos históricos del país, yacimientos arqueológicos (pictografías), Estancias Jesuíticas y la Manzana Jesuítica en el centro de la Ciudad de Córdoba. Entre Ríos con el Camino del Palacio en el que el atractivo principal es el "Palacio San José" residencia del Gral. Justo José de Urquiza, convertido en Museo y Monumento Histórico Nacional, también se encuentra el Circuito Histórico de las Colonias Judías: esta ciudad es el punto de partida de un recorrido que permite descubrir testimonios que dejaron las Primeras Colonizaciones que se asentaron en los pueblos de Villa Clara, Villa Domínguez y Basavilbaso. Santa Fe en "Colonia Esperanza" que fue la primera colonia agrícola argentina de inmigrantes emplazada a mediados del 1800. A partir de allí, numerosos colonos se desplazan hacia la zona sur de la provincia y, luego con la apertura del puerto de Rosario durante la presidencia de Urquiza, esta ciudad se convirtió en una gran entrada de inmigrantes.

Religión

Las tres provincias tienen circuitos religiosos. Córdoba Capital cuenta con manifestaciones que datan de los siglos XVII y XVIII, como las obras de carácter arquitectónico-religioso, los monumentos declarados Patrimonio de la Humanidad, y otras manifestaciones de una cultura que se traslada hasta nuestros días. Santa Fe cuenta con el Circuito Religioso que está centrado en la visita de ocho conventos o iglesias en la ciudad de Santa Fe de la Vera Cruz. Entre Ríos con las Aldeas Alemanas del Volga y paseo de las Colonias donde se encuentran diferentes iglesias y conventos que datan desde el 1800. En la ciudad de Paraná la **Iglesia Catedral**: ha sido declarada monumento histórico por Decreto Nacional. El edificio actual de la Catedral fue construido en 1882 por orden del Papa Pío XI. La **Iglesia San Miguel**: es la construcción más antigua conservada en la provincia. Data de 1.822/95 y su

iniciativa se debe al cura Dr. Gil Obligado. En su interior hay dos imágenes de San Miguel, una de ellas oriunda del Perú tallada en madera. La Iglesia está dedicada al Santo Patrono de la provincia, sobre los terrenos que pertenecieron a la Compañía de Jesús y formaban parte de la estancia de San Miguel.

Cultura

La cultura de inmigrantes europeos se puede encontrar en las tres provincias.

En Santa Fe el Circuito Cultural que contiene en todas las ciudades más importantes de la provincia los museos que resguardan la historia cultural de los inmigrantes europeos que arribaron a estas tierras. Las colectividades se afincaron y formaron pueblos, barrios e instituciones, en los que trataron de conservar sus costumbres.

En Entre Ríos las Aldeas Alemanes del Volga, con imitación de prácticas europeas, formaron aldeas o agrupaciones familiares: Valle María o Vizcacheras (surgido de la espontaneidad criolla, ya que colocaron el apodo de "Vizcacheras" debido a que las casas no se veían de lejos, nada más que los techos de paja que estaban al nivel del suelo), San José o Brasilera, San Francisco o Araña, Concepción o Spatzenkutter, Santa Cruz o Salto y Agricultores o Protestante.

El Área Noroeste de Córdoba se presenta un rico patrimonio cultural donde la acción del hombre dejó valiosos testimonios como las Capillas de La Higuera, Salsacate, Las Palmas y de Pocho. La zona es la puerta de ingreso a la Estancia Jesuítica La Candelaria -integrante del sitio de Patrimonio de la Humanidad junto a las otras construcciones Jesuíticas de la provincia.

Pesca

Cada provincia cuenta con Caminos bien definidos sobre pesca.

En Córdoba Mar chiquita región ubicada en el noreste de la provincia, presenta actividades náuticas y pesca, Córdoba también cuenta con la pesca deportiva de Pejerrey en los siguientes embalses y lagunas: Río Tercero, La Viña, Cruz del Eje, Piedras Moras, La Falda, San Roque, Los Molinos, La Quebrada, Las Pichanas, El

Cajón, Cerro Pelado, Mar Chiquita y desembocadura de los ríos Primero, Segundo y Laguna del Plata, La Margarita (Jovita), Laguna Cachicoya (Laguna Larga), La Chanchera (Labulaye), Laguna De Suco (Sampacho), La Isla (Villa del Rosario), De Camoati y El Señuelo (Gral. Viamonte).

Santa Fe cuenta con el Circuito de la Costa que va desde la ciudad capital hacia el norte, por la ruta provincial N° 1 hasta Reconquista. También, un poco más al sur de la capital provincial, en Coronda (Capital Nacional de la Frutilla) el río Coronda despliega su frondosidad natural, al igual que el recorrido por la Ruta 11 y llegar a Desvío Arijón, Pto. Aragón, Monje, Puerto Gaboto, Oliveros, Puerto Gral. San Martín, San Lorenzo y Rosario en donde también el disfrute del río se vivencia en cada paraje.

La Ruta del Dorado en Entre Ríos, Santa Elena conocida como "El Paraíso de la Pesca", caracterizado por las bellezas naturales que brindan sus costas, es el lugar ideal para los amantes de las playas, sumado a la posibilidad de practicar deportes náuticos. Cuenta con importantes sitios pesqueros: Piedra Mora, Boca del Correntoso, Puerto Buey, Los Bretes, El Verde, La Boca del Tigre, etc.

PUNTO 3

**DISCRIMINACION DE ACCIONES POSIBLES QUE POTENCIEN
EL DESARROLLO A NIVEL REGIONAL, PROVINCIAL Y LOCAL
DE LA CADENA DE VALOR DE LA ACTIVIDAD TURISTICA**

A) CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA CADENA DE VALOR DEL TURISMO

Antes de avanzar en las acciones concretas, consideramos importante refrescar 10 de los aspectos básicos que son a nuestro entender necesarios para el desarrollo del turismo como cadena de valor:

- I.** Recursos naturales y/o culturales
- II.** Programas de actividades para los turistas y servicios para concretarlas
- III.** Alojamiento y servicios complementarios (tales como alimentación)
- IV.** Accesibilidad (transporte hacia, dentro y desde el lugar)
- V.** Infraestructura (agua, luz, tratamiento y disposición de residuos y efluentes, red vial, comunicaciones)
- VI.** Equipamiento comunitario y servicios (salud, recreación, información, servicios financieros)
- VII.** Existencia de una comunidad local con vocación turística, con valores culturales particularizados, diferentes, característicos de la región
- VIII.** Una organización económica y un tipo de gobernabilidad que promuevan y garanticen la cohesión social para el desarrollo de la vocación turística del lugar y posibiliten las inversiones necesarias para el desarrollo turístico
- IX.** Sistemas de promoción y comercialización del destino turístico y sus productos
- X.** Todo ello encuadrado y condicionado por la acción del sistema político y del sistema económico

A partir de esta enumeración, podemos comenzar a inducir todas las áreas en donde podríamos trabajar en acciones concretas de impacto turístico, y en este caso en particular, de incidencia en el desarrollo del turismo regional.

B) ACCIONES PROYECTADAS POR LAS PROVINCIAS EN SU PROPIA JURISDICCIÓN

Las tres provincias integrantes de la Región Centro cuentan con una importante agenda de eventos y actividades en su calendario 2010 y 2011.

A continuación se enumeran brevemente sólo algunas acciones expresadas por los referentes de turismo de cada provincia. Se transcriben sólo aquellas que no son similares o que no se han encontrado en las expresiones obtenidas de las demás provincias, con el objeto de mostrar a las demás provincias justamente, acciones de potencial aplicación en su territorio que están siendo llevadas a cabo por otras provincias integrantes de la región.

Es factible que se hayan omitido una o varias acciones en cualquiera de los casos por la gran cantidad de actividades que llevan adelante las provincias.

CÓRDOBA

- Talleres de Capacitación de Empresarios turísticos
- Participación en ferias y misiones internacionales de promoción
- Desarrollo del turismo de Temporada Baja y Fines de Semana
- Consolidación de Fiestas Regionales
- Fortalecimiento de los esquemas asociativos público-privados y privados.

SANTA FE

- Capacitación de Directivos y Empresarios turísticos
- Capacitación de Guías para el Avistaje de Aves

ENTRE RÍOS

- Responsabilidad Social
- Accesibilidad (Turismo Inclusivo)
- Capacitación de Guías en general y para el Avistaje de Aves en particular

La importancia de estos puntos radica en no haber sido identificados en las demás provincias y en la potencialidad de su aplicación, basados en la posibilidad de acceder a dichos proyectos o actividades, desde un criterio asociativo como el que persigue la región.

C) ACCIONES PROPUESTAS POR LAS PROVINCIAS PARA LA INTEGRACION REGIONAL

En la generación de las distintas entrevistas, se relevaron aquellas acciones que a criterio de las autoridades del turismo de cada provincia, identificaban como relevantes o pertinentes para el desarrollo del turismo en el marco de un proceso de integración regional.

Surgen así diversas propuestas de acciones concretas que pueden llevarse a cabo a nivel regional o que deberían generarse para alcanzar cierto grado de integración regional en torno al turismo.

CÓRDOBA

- Desarrollar corredores turísticos religiosos y culturales.
- Desarrollar el corredor de la Caza, de la Pesca y del Avistaje de Aves.
- Desarrollar un corredor regional de Golf
- Propiciar la inversión en infraestructura de rutas
- Propiciar el rescate del patrimonio cultural en cada provincia
- Analizar la complementariedad de los productos turísticos
- Consolidar los eventos internacionales de repercusión regional (Dakar)
- Promover la participación en Misiones Internacionales de la Región Centro
- Propiciar el diálogo para la homogenización normativa.

SANTA FE

- Incremento de la oferta educativa de turismo
- Promover las inversiones en infraestructura de rutas, servicios, transporte, vías, comunicaciones, etc.
- Analizar la complementariedad de los productos turísticos
- Capacitación a directivos y empresarios del sector en toda la región

ENTRE RÍOS

- Análisis del grado de desarrollo de productos y de la complementariedad entre las provincias
- Implementación de beneficios comunes en las tres provincias para el sector privado en el desarrollo de determinados productos de interés regional.
- Generación de Productos Piloto
- Realización de Misiones Internacionales de Observación (para la determinación de mercados objetivo, conocimiento de los intereses y de la percepción de lo nuestro)
- Realización de Misiones Internacionales de Promoción de productos a nivel regional
- Trabajar sobre el desarrollo del Turismo Cultural (Religioso, Arquitectónico, Gastronómico, etc.)
- Propiciar un corredor regional para la Caza y la Pesca (existe complementariedad en la oferta de dichos productos)
- Trabajar sobre el desarrollo del Turismo Rural

D) ACCIONES POSIBLES PROPUESTAS PARA LA INTEGRACION REGIONAL

Como hemos podido observar, tanto en la descripción de los aspectos relacionados a la Cadena de Valor del Turismo, como en las propuestas vertidas por los referentes del turismo de cada una de las provincias, existen muchas áreas potenciales sobre las que se puede generar acciones y un gran número sobre las que se debe trabajar en lo inmediato.

A partir de ello hemos realizado un detalle de acciones posibles y superadoras, que permitan brindar un salto cualitativo a la región y a las provincias que la integran, algunas de ellas proyectadas o en algún nivel de desarrollo en alguna de las provincias miembros, pero todas de posible aplicación a nivel regional.

Es importante destacar que se ha buscado generar una coherencia entre los objetivos, los criterios y las acciones posibles, buscando generar una propuesta integral que de respuestas a la necesidad de integración.

ACCIONES PROPUESTAS:

1 - Consolidar servicios de “inteligencia de mercado”

Coordinar, impulsar y generar aquella información que el sector necesita para cada situación y coyuntura, constituyéndose en su principal fuente generadora de conocimiento turístico.

Para ello se proponen tres grandes áreas de actuación:

1.1 Generación y Sistematización de Información e innovación tecnológica

- Generar las herramientas básicas de información y conocimiento turístico de toda el área objeto de Investigación. Informatización de las herramientas.

1.2 Análisis turísticos temáticos.

- Impulsar análisis y diagnósticos específicos sobre diferentes ámbitos en los actuales modelos turísticos

1.3 Desarrollo y consolidación de grupos de discusión y reflexión temáticos, regionales, nacionales e internacionales.

- Fomento de la reflexión y la innovación para la gestión del destino turístico regional

2 - Desarrollo de estudios sobre la información obtenida

Identificar recursos potenciales y nichos de actividad turística, que permitirán diseñar y detectar nuevos servicios y productos de uso turístico, así como la remodelación de los existentes.

3 - Divulgación y publicación de información

- Promover la difusión y conocimientos de estudios ya existentes, algunos de los cuales han sido objeto de estudio en este trabajo.

4 - Innovación tecnológica en los sistemas de búsqueda y generación de información

4.1 Desarrollo de encuestas vía web.

4.2 Sistemas tecnológicos para la recogida de información destinada a la elaboración de bases de datos

5 - Impulsar la cooperación entre sectores, en pro del turismo

- 5.1 . Impulsar grupos de trabajo intersectoriales.
- 5.2 Propiciar los procesos de adhesión e implicación de dichos sectores en la actividad estratégica de Turismo
- 5.3 . Promover la gestión integral del destino regional

6 - Cooperación pública-pública y pública-privada

- 6.1. Coordinación en acciones conjuntas con entidades turísticas regionales, nacionales o internacionales.
- 6.2. Cooperación con otras entidades turísticas en acciones promocionales y contribuir a una imagen unificada de la Región Centro.

7 - Alianzas estratégicas externas

Acciones promocionales y de marketing en alianza con empresas bien posicionadas en los mercados de origen que contribuyan al desarrollo del destino turístico

8 - Desarrollar una acción permanente de información a los ciudadanos de la región

- 8.1. Desarrollar estudios conducentes al conocimiento de los impactos sociales del turismo en la población local. Asegurar un flujo permanente y coordinado de información.
- 8.2. Difundir los beneficios de la actividad turística en el conjunto social.

- 8.3.** Potenciar el desarrollo de fórmulas de concientización para la participación y compromiso con el turismo y el turista.

9 - Promover una mayor integración del empresariado

Integración en asociaciones y cámaras ya constituidas, acercándoles información, promoviendo su adscripción y facilitando la participación de estos sectores en el desarrollo de políticas públicas

10 - Promover la mejora en la profesionalización del sector turístico

- 10.1.** Apoyar la sensibilización del sector acerca de la necesidad de profesionalización de la actividad turística.
- 10.2.** Apoyar programas de formación de personal en contacto con el turista.
- 10.3.** Formación en el subsector de gastronomía

D.2. - EJEMPLIFICACIÓN DE PROYECTO DE ACCIONES DE INTEGRACIÓN REGIONAL

Para finalizar, incorporamos una serie de acciones posibles para llevar adelante en un marco de integración regional, enmarcadas en un Ante Proyecto, presentado a través de una **Matriz de Marco Lógico**, interpretando a ésta como una herramienta de análisis estructurado que facilita el proceso de identificación, diseño, ejecución y evaluación de políticas, programas, proyectos y diseños organizacionales.

Este formato de presentación puede aplicarse en cualquier fase de los respectivos procesos de planificación y se puede modificar y mejorar repetidas veces, tanto durante la preparación como durante la ejecución del proyecto.

En esta instancia ejemplificativa se propone la generación de una serie de acciones complementarias en el plazo de 12 meses:

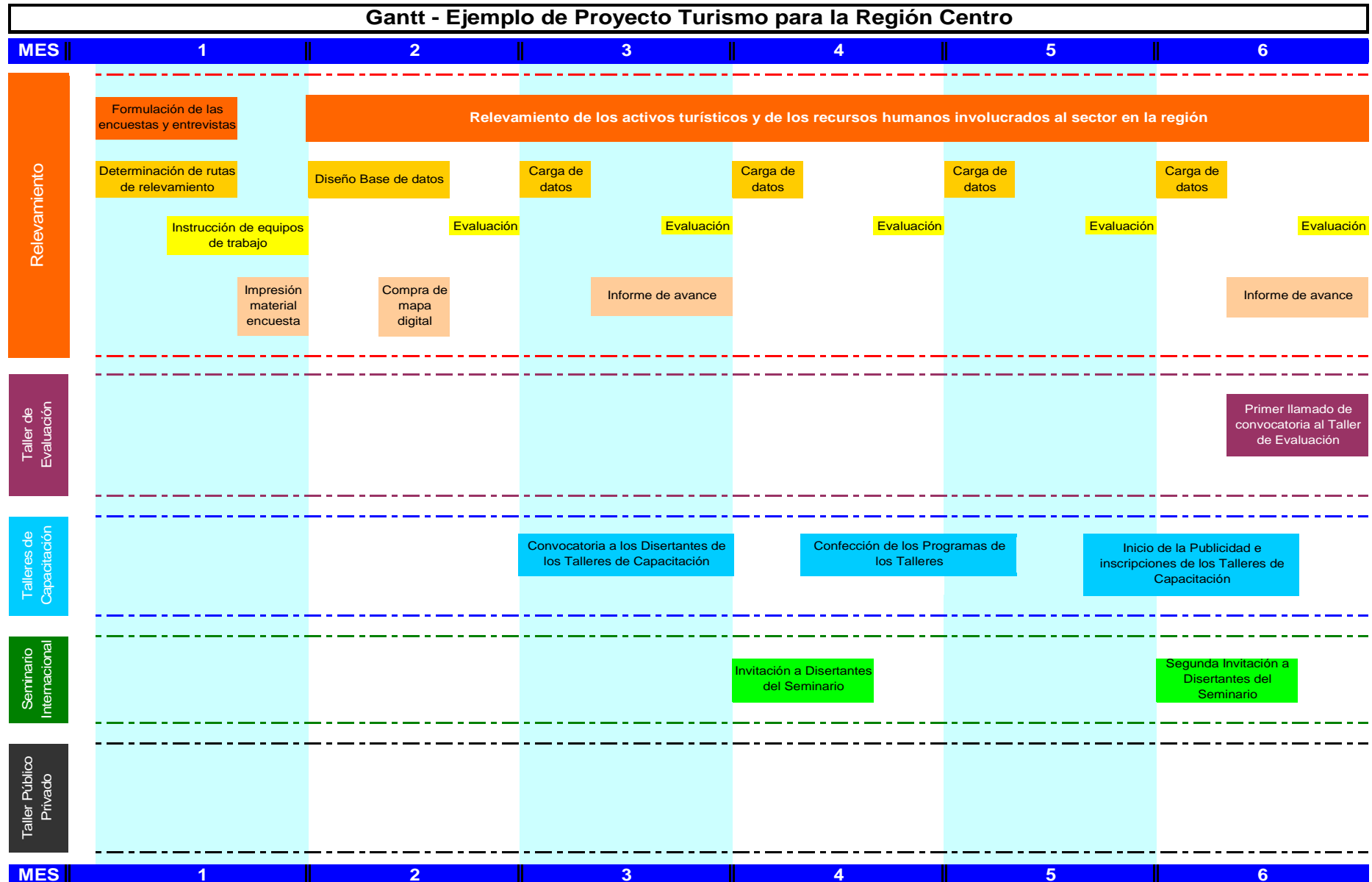
1. Relevamiento de Activos turísticos de la región y sus condiciones actuales
2. Relevamiento de los Recursos Humanos y su nivel de capacitación
3. Taller de Evaluación de la Información Relevada
4. Talleres de Capacitación de Ejecutivos y Empresarios del Sector
5. Seminario Internacional sobre Modelos Exitosos de Gestión Turística Regional
6. Taller Público Privado de Políticas Públicas Regionales de Turismo

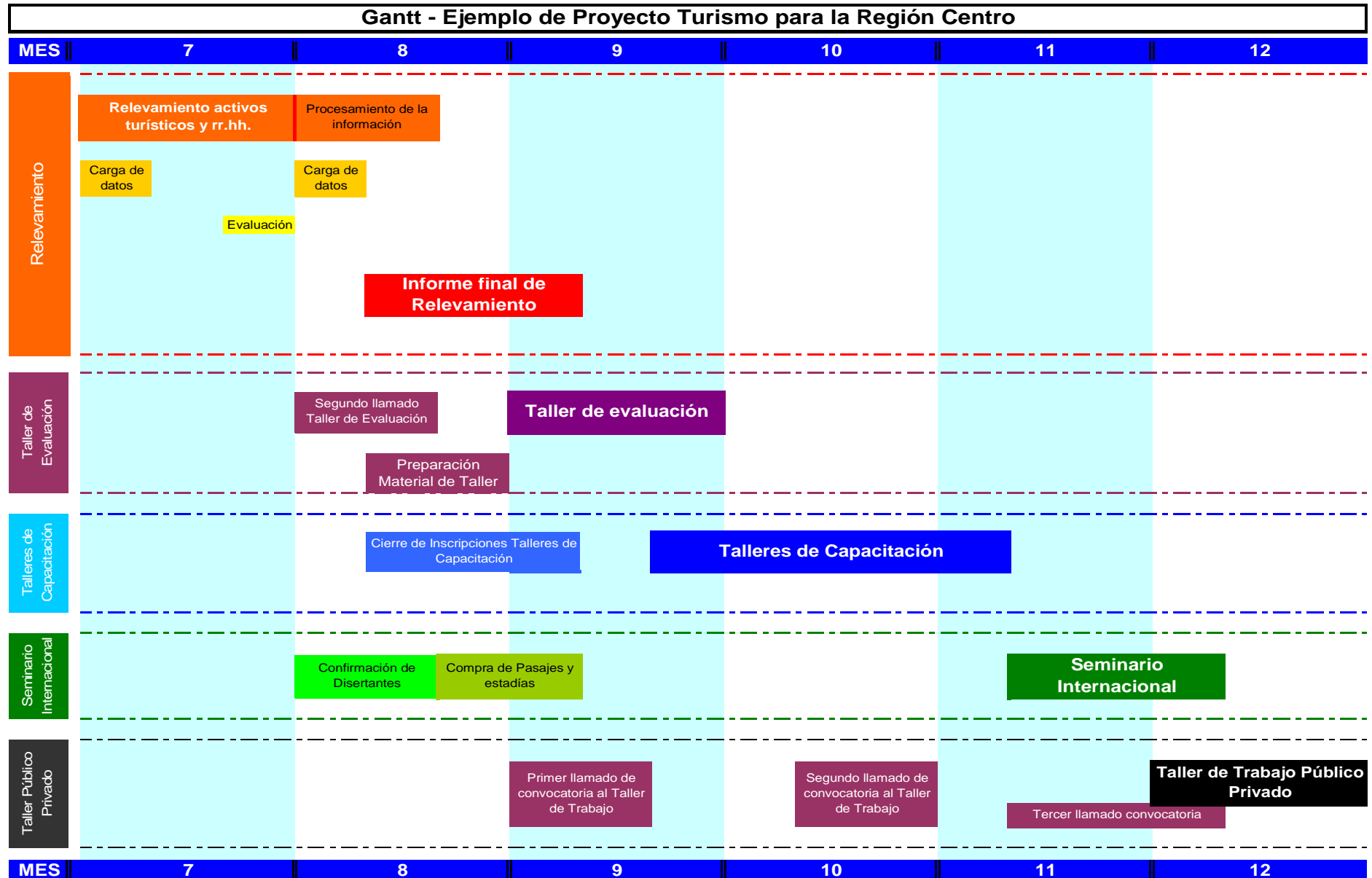
MATRIZ DE MARCO LOGICO

		INDICADORES	FACTORES EXTERNOS / SUPUESTOS
FIN	Contribuir al desarrollo del turismo de la Región Centro y por ende al mejoramiento de la competitividad del turismo local.	Aumento del número de turistas en toda la región Crecimiento del impacto del sector en la economía local	Mejora de la oferta, actualización de los precios y estabilidad económica general
PROPOSITO	Diseñar políticas y acciones integrales público-privadas, con la participación de todos los actores del sector, sobre bases sólidas de información, para consolidar el desarrollo de la Región como destino turístico y cadena de valor	Mejoras de costos en promoción turística por participación mixta y gestión conjunta Mejoras impositivas para la promoción de inversiones del sector Nivel de representatividad de las entidades asociativas del sector Productos de la oferta turística	Inversión conjunta público privada - acciones de promoción eficientes y eficaces Acuerdo político Participación de todas las entidades relacionadas al sector en el proyecto Oferta integral
COMPONENTES	A- Información Integral de Recursos y activos turísticos de la Región	Número de recursos relevados	Procesamiento de la información obtenida en el relevamiento
	B- Información actualizada sobre la fuerza laboral relacionada al sector y los niveles de capacitación de los recursos humanos	Número de empresas y trabajadores encuestados	Interés del empresariado en aportar a los objetivos del proyecto
	C- Profesionalización y capacitación de directivos y empresarios del sector turístico	Cantidad de Directivos y empresarios asistentes a encuentros y capacitaciones	Directivos y Empresarios interesados en eficientizar la gestión de sus emprendimientos
	D- Políticas turísticas integrales, público privadas	Nivel de participación	Apertura de los sectores público y privado para la labor conjunta

MATRIZ DE MARCO LOGICO

Componente		INSUMOS (Indicadores)	FACTORES EXTERNOS / SUPUESTOS
ACTIVIDADES	A Relevamiento de las condiciones de los activos turísticos de la Región	Supervisores, Encuestadores, Espacio de reunión y trabajo (con equipamiento, PC, impresora, scanner, internet)	Correcta selección de los recursos humanos de acuerdo a adecuados Términos de Referencia
	B Relevamiento de los recursos humanos involucrados al sector en la Región y su nivel de capacitación	Insumos (carpetas, papelería), Comunicaciones / Telefonía, Movilidad / Transporte, Folletería, Mapa Digitalizado (para distribución geográfica de la información)	
	C Taller de evaluación	Sala, Materiales (carpetas, papelería, insumos didácticos, etc), desayunos, almuerzos y coffe Breaks	Participación desinteresada de referentes y catedráticos del sector para el análisis y elaboración de conclusiones a partir de la información obtenida en el relevamiento.
	Talleres de capacitación turística integral	Disertante, Sala, Equipamiento (sonido, pc, proyector, pantalla), Materiales (carpetas, insumos, certificados, etc), Convocatoria (mailing, prensa), Coffe breaksVarios	Empresarios turísticos y relacionados al sector interesados en participar - Promoción efectiva sobre los beneficios de participar de los talleres.
	Seminario Internacional sobre modelos exitosos de gestión turística regional	Moderador, Disertantes (3 tres), extranjeros de ciudades modelo en gestión de turismo, Alojamiento y Comidas (3 días), Sala, Equipamiento (sonido, pc, proyector, pantalla), Materiales (carpetas, insumos, certificados, etc), Convocatoria (mailing, prensa), Coffe BreaksVarios	Interés general en el conocimiento de modelos exitosos a nivel mundial - Participación de disertantes de ciudades reconocidas en el mundo - Sala de conferencias adecuada al evento - Interés de las autoridades de gobierno locales
	D Taller de trabajo con participación público-privada	Sala de reunión, Equipamiento (pc, proyector, pantalla), Materiales (carpetas, insumos, etc), Desayunos, Almuerzos y Coffe Breaks	Interés en el desarrollo de políticas turísticas - Apertura a la labor conjunta estado-sector privado - Participación de las autoridades de gobierno de las provincias de la Región relacionadas al sector y de localidades del interior con influencia turística - Presencia de los referentes del sector privado de las distintas entidades representativas - Participación del sector académico





*La Matriz de Marco Lógico presentada y la Gantt de los proyectos propuestos, son sólo ejemplos y no revisten rigurosidad alguna desde el punto de vista metodológico. Si son una base de ejemplo sobre la cual trabajar.
